

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**PRODUCCIÓN DE SESIÓN FOTOGRÁFICA Y FASHION FILM DE LA  
COLECCIÓN “CIUDAD ÓRBITA” PARA LA MARCA DE ROPA INFANTIL KID  
COOL**

**Autores:**

Aguirrezabal, Claudia

Arriaga, Bettina

Krivoy, Michelle

Suárez, Grace

**Tutor(a):**

González, Mercedes

Caracas, 15 de marzo de 2018

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Quien suscribe **Mercedes González**, profesora coordinadora del Trabajo Final de Grado, *Producción de Sesión Fotográfica y Fashion Film de la colección “Ciudad Órbita” para la marca de ropa infantil Kid Cool*, elaborado por **Claudia Aguirrezabal, Bettina Arriaga, Michelle Krivoy y Grace Suárez**; considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado examinador que sea designado.

En la ciudad de Caracas, a los 15 días del mes marzo de 2018.

Mercedes González

---

Tutor(a)

## DERECHO DE AUTOR

Quienes suscriben, en condición de autores del trabajo titulado “Producción de sesión fotográfica y *Fashion Film* de la colección “Ciudad Órbita” para la marca de ropa infantil Kid Cool” que: ceden a título gratuito, y en forma pura y simple, limitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho autor de contenido patrimonial que nos corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme con lo anterior, esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar nuestros intereses y derechos morales que nos corresponden como autores de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a sus autores, salvo los créditos que se deban hacer al tutor o cualquier tercero que haya colaborado, citado o haya hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor(es)

Nombre: CLAUDIA

Apellido: AGUIRREZABAL

Nombre: BETTINA

Apellido: ARRIAGA

Nombre: MICHELLE

Apellido: KRIVOY

Nombre: GRACE

Apellido: SUÁREZ

En la Ciudad de Caracas, a los 15 días del mes de marzo del año 2018

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto, en especial a la marca Kid Cool por confiar en nuestro equipo para la realización de la campaña publicitaria de su nueva colección “Ciudad Órbita”. También queremos agradecer al Museo de Los Niños de Caracas por permitirnos grabar en sus espacios y facilitarnos sus instalaciones y recursos para la elaboración de nuestro proyecto. Agradecemos a María Milagros León por hacer del *Fashion Film* una experiencia única, divertida, y llena de aprendizajes en el área audiovisual, así mismo por su edición impecable que transmite perfectamente lo que se buscaba representar sobre la marca.

Esta producción publicitaria se hizo posible gracias a los representantes de los niños, quienes dieron el permiso de usar la imagen de sus hijos para la sesión fotográfica y *Fashion Film* de la colección, a todos ustedes gracias.

Queremos agradecer a Mercedes González, por apoyarnos y motivarnos a creer en nuestras ideas, propuestas estéticas, y acompañarnos en el camino a la realización de nuestro proyecto final de carrera. Por ultimo agradecemos a la Universidad Monteávila, por haber sido nuestra casa de estudio durante estos 5 años y enseñarnos todas las herramientas necesarias para la realización de un proyecto fotográfico y audiovisual de alta calidad.

## INDICE

<b>1. Resumen.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>3. Planteamiento del Problema.....</b>	<b>10</b>
<b>4. Objetivos Generales y Específicos.....</b>	<b>11</b>
<b>5. Presentación del Proyecto.....</b>	<b>12</b>
<b>6. Sustento Teórico.....</b>	<b>13</b>
<i>Introducción al concepto de moda.....</i>	<i>13</i>
<i>Antecedentes históricos de la moda infantil.....</i>	<i>14</i>
Estilismo infantil.....	16
<i>Introducción a la fotografía de moda.....</i>	<i>17</i>
<i>El internet como medio de publicidad de moda.....</i>	<i>17</i>
<i>Introducción al Fashion Film.....</i>	<i>18</i>
<b>7. Tratamientos.....</b>	<b>20</b>
<i>Sesión Fotográfica.....</i>	<i>20</i>
Tratamiento de Producción.....	20
Tratamiento de Dirección de Fotografía.....	22
Tratamiento de Dirección de Arte.....	23
Vestuario.....	23
Maquillaje y Estilismo.....	23
<i>Fashion Film.....</i>	<i>23</i>
Tratamiento de Guión.....	23
Tratamiento de Dirección Audiovisual.....	24
Propuesta de Montaje.....	25
Tratamiento de Producción Audiovisual.....	25
Tratamiento de Dirección De Fotografía.....	26
Tratamiento de Dirección de Arte Audiovisual.....	27
Set de Rodaje.....	27
Vestuario.....	27
Maquillaje y Estilismo.....	28
Tratamiento de Dirección de Casting.....	28

Temática y Descripción de los Personajes.....	28
<b>8. CASO KID COOL.....</b>	<b>29</b>
Brief.....	29
<b>9. SESIÓN FOTOGRÁFICA.....</b>	<b>32</b>
Justificación Estética.....	32
Referencias Estéticas.....	33
Vestuario.....	34
Casting.....	36
Descripción de Locación.....	37
Selección de Piezas.....	38
<b>10. Cronogramas de las etapas de Producción.....</b>	<b>39</b>
<b>11. FASHION FILM: Ciudad Órbita.....</b>	<b>44</b>
Sinopsis.....	44
Escaleta Final.....	45
Guión.....	46
Lista de Tomas.....	49
Storyboard.....	56
Locaciones.....	58
Vestuario.....	59
Ambientación.....	62
Propuesta de Musicalización.....	63
Desglose de Producción.....	64
Permisos.....	65
Informe de Locación.....	67
Casting.....	68
Call Sheet.....	69
Plan de Rodaje.....	72
Pietaje de Material de Video .....	76

Informe de Edición .....	77
Créditos.....	78
<b>12.Presupuestos de Producción.....</b>	<b>79</b>
<b>13.Glosario.....</b>	<b>81</b>
<b>14.Conclusiones.....</b>	<b>82</b>
<b>15.Anexos.....</b>	<b>83</b>
<b>16.Lista de Referencias.....</b>	<b>98</b>

## Resumen

El presente trabajo tiene como propósito la producción fotográfica y audiovisual para la campaña de la colección otoño-invierno de la marca de ropa infantil Kid Cool. El material realizado se expuso a través de las redes sociales de la marca, actualmente pertenecientes al grupo BECO, a nivel nacional.

La meta principal de este proyecto fue crear un material fotográfico y audiovisual para actualizar la imagen visual de la marca. Esto se logró realizando la producción de un *Fashion Film*, el cual nunca había sido utilizado por la marca como elemento publicitario. A su vez se realizó una producción fotográfica donde se comunicó visualmente la nueva esencia de Kid Cool como nuevo integrante del equipo BECO. Lo que significó una innovación para la marca y sus comunicaciones. Para la realización del proyecto se llevó a cabo una investigación que le suministró un sustento teórico a la producción fotográfica y audiovisual.

## INTRODUCCIÓN

El aclamado diseñador Marc Jacobs una vez afirmó “La ropa no significa nada hasta que alguien vive en ella”. La ropa no es una simple prenda, esta representa un sentimiento y una experiencia para quien la usa. Las marcas han entendido esto, y es por eso, que han dejado de simplemente “vender ropa” para vender algo más: una conexión emocional con su consumidor.

Marcas de alto nivel, a través de los años, han utilizado diversos canales de comunicación para exponer su esencia y concepto. De esta manera se conectan con el consumidor. La nueva era digital y el nuevo canal de comunicación viral, las redes sociales, han traído consigo la inmediatez, haciendo que el contenido llegue más rápido, más directo y más personal al target, generando así que este se acerque y cree un mejor nexo con la marca.

Los medios audiovisuales han sido instrumento clave para que las marcas puedan transmitir sentimientos ligados a sus prendas. El formato de los *Fashion Films* ha permitido que la esencia de las marcas sea expresada de manera clara y que permanezca en la mente del público.

Un *Fashion Film* es un corto cinematográfico con una duración entre 1 a 15 minutos, en donde las marcas de moda presentan la personalidad y esencia de sus colecciones. Es una pieza artística que a través de imágenes en movimiento presenta una historia y un concepto.

Además de conectar con el consumidor de manera audiovisual, la marca debe presentar un portafolio de la colección de forma sencilla y elegante. Es por eso que las sesiones fotográficas para una casa de moda son esenciales para exponer a detalle todas las prendas de la colección.

Actualmente el cine y la fotografía han ido de la mano con el mundo y el desarrollo de la moda, siendo ambas un canal ideal y fundamental para expresar lo que realmente representa la marca y su colección. En esta unión existe un trabajo de colaboración entre directores, productores y diseñadores de moda; quienes trabajando en conjunto, exploran y capturan la energía y personalidad de las marcas.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El arte visual y el audiovisual son clave en la presentación de una marca de moda. Estos son necesarios para expresar la esencia y personalidad de estas. A través de fotografías producidas adecuadamente y piezas artísticas que transmitan historias que conecten con la audiencia, la marca puede posicionarse de una manera más integral y emocional con su público.

Este trabajo de investigación tiene como planteamiento profundizar los procedimientos necesarios para una producción fotográfica y de un *Fashion Film*, específicamente en el área de moda infantil.

Actualmente los consumidores no se quedan solo en el producto, estos buscan una conexión emocional que los haga vincularse mejor con la marca. A través de los materiales fotográficos y audiovisuales se busca expresar lo que representa la marca más allá de sus prendas, mostrando su concepto y su esencia.

Por esto el equipo ha decidido seleccionar a Kid Cool y su colección *Ciudad Órbita* para este proyecto final de carrera. Se profundizará en la investigación de la marca para conocer su esencia y personalidad. Al mismo tiempo se ahondará en el proceso creativo y los parámetros necesarios tanto para la realización de una sesión fotográfica como para la realización de un *Fashion Film*. Con este último, deseamos crear un nexo emocional con el consumidor, a través de una historia y un concepto. A su vez, el equipo busca aprovechar la oportunidad de crear el primer *Fashion Film* de la marca.

## **Objetivos generales y específicos**

### **a. Objetivos Generales**

Producir un material fotográfico y uno audiovisual, en formato *Fashion Film*, para la colección *Ciudad Órbita* de la marca de ropa infantil *Kid Cool*, creando un concepto y una historia que vaya acorde a la marca

### **b. Objetivos Específicos**

Desarrollar una investigación que defina como ha evolucionado la moda, específicamente la infantil y que de un sustento teórico a las producciones fotográficas y audiovisuales.

Definir los parámetros y lineamientos necesarios para realizar: una sesión fotográfica y un corto cinematográfico de moda. Ambos para dar a conocer la colección de una marca.

Reunir un equipo de trabajo necesario para la realización de la pieza artística.

## **Presentación del Proyecto**

Para este proyecto se realizará la producción y ejecución de la próxima campaña fotográfica y audiovisual de la colección “Ciudad Órbita” de la marca de ropa infantil Kid Cool, actualmente pertenecientes al grupo BECO. Dicha colección estará a la venta en las tiendas Kid Cool a nivel nacional desde diciembre de 2017 hasta marzo de 2018.

### **Pieza final:**

*Fashion Film:* Disponible su consulta en CD y será publicado en las redes sociales de la marca.

Sesión Fotográfica: Disponible su consulta en <https://joom.ag/bo1Y>

## SUSTENTO TEÓRICO

### INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE MODA

Antonio Martín (2016) en su trabajo *El desarrollo histórico del sistema de la moda: una revisión teórica* afirma que “La moda es un fenómeno complejo que liga las culturas locales con la creación de una cultura global”

La moda ha sido un movimiento o fenómeno que siempre ha ido de la mano con lo estético, aunque sus inicios y bases sean funcionales. El fenómeno del *fashion* ha sido utilizado a través de los años como referencia a culturas, épocas, e individualidades.

Martín (2016) toma una definición de Margarita Rivière (1992), quien afirma que la moda es un “cambio periódico y continuado de vestimenta que consolida sistemas de privilegio, distinción y diferenciación social”. A partir de esta afirmación, Martín (2016) extrae una serie de rasgos básicos que son importantes retomar.

El primer rasgo que plantea el autor es marcar la diferencia entre la moda y el vestido. “La función del vestido es primariamente utilitaria, frente a la moda que prioriza la estética. (...) el vestido también cumplía una función estética (...) pero esta no era el objetivo explícito en la producción de vestimentas.” (Martín, 2016). A su vez el autor afirma que la moda siempre va a estar ligada con la novedad, el futuro y la manera de evolucionar su estética; a diferencia de la vestimenta quien mira al pasado y se basa en su función utilitaria.

Aunque la moda este ligada a la novedad, esta no pierde cierta continuidad en el tiempo, Martín (2016), más detalladamente, afirma que “En la literatura sociológica anglosajona es frecuente distinguir entre modas pasajeras (Fads) y modas propiamente dichas (Fashions). Las primeras, de escasa duración, se encuentran desconectadas del pasado. Las segundas, más longevas, mantienen una continuidad con el mismo.” Piezas como el *bluejean* son eternas en el tiempo, las cuales a pesar de los años se mantienen vigentes en el universo de la moda. La moda vive en la novedad, aunque se mantienen conexiones con su pasado y su historia.

El autor, mencionado anteriormente, también plantea otro rasgo de la moda, afirmando que este fenómeno se encuentra bastante ligado al consumo:

“La moda varía más cuando existen sociedades articuladas en torno al consumo. El correlato de la existencia de un mercado para la moda es la aparición de una potente industria de la moda. La moda, en consecuencia, presupone tanto un importante mercado como una industria y debe entenderse como una realidad articulada en términos comerciales.” (Martin, 2016)

La moda no solo se queda en un rasgo estético de la sociedad, sino que representa, como afirma el autor, una industria que forma parte fundamental del mundo comercial.

La moda es un fenómeno temporal que se ve afectado por la historia, la sociedad y por los acontecimientos del mundo. Esta necesita cambios y evoluciones por lo cual cumple un proceso. Elsa Martínez y Ana Vázquez es su libro “Marketing de moda” afirma que la moda cumple un ciclo de vida que atraviesa una serie de fases. Inicia con la etapa de **innovación**, la cual se refiere al surgimiento de una tendencia que proviene de una ruptura anterior. Esta tendencia es adoptada por personas influyentes en el mundo de la moda y a su vez difundida por los medios de comunicación. La segunda etapa es el proceso de **imitación** donde la moda contenida con elementos de novedad es imitada y comprendida por los consumidores. La tercera es la etapa de **democratización** donde adquirida por más y más personas, la moda pasa a ser aceptada por un colectivo. La última etapa es la de **decadencia**, cuando la moda es demasiado difundida es necesario lanzar una nueva para dejar de lado lo anterior, y así generar una nueva tendencia que esté atada al momento según su tiempo y condición geográfica.

### **Antecedentes históricos de la moda infantil**

El movimiento de la moda infantil como es visto hoy en día ha evolucionado vertiginosamente a través de los años y de manera distinta a la moda convencional. En el siglo XIV, se puede observar, gracias a muchas obras de arte que ilustran los vestuarios de la época, que los niños y niñas se vestían de igual forma, lo que hacía difícil su distinción. El concepto de moda en edades

tempranas no estaba presente, ya que las vestiduras eran de tipo utilitario. Aguilar (2013), en cuanto a la evolución de la moda para infantes, afirma que:

“La moda infantil se transformaba de manera simultánea a la de los adultos, cualquier cambio era imitado y aplicado a las prendas de los niños. Entrando al siglo XX, con períodos largos de guerras mundiales y civiles, se tornaron más escasos los recursos, incluyendo los textiles. De acuerdo a la situación en la que se encontraban, se empiezan a buscar entonces alternativas más económicas para vestir, esto incluía a los adultos, adolescentes y niños”

La indumentaria infantil surgió de manera simultánea con la de los adultos, las prendas nada tenían que ver con la vida y personalidad de los infantes. Para analizar la evolución de esta, se toman a modo de referencia histórica las obras pictóricas que muestran a familias de la nobleza, donde la diferencia entre el vestuario de los padres y sus hijos es mínima. Aguilar (2013) respecto a esto, afirma que “vestidos como pequeños adultos, los niños no tenían en un comienzo un vestuario apto para sus actividades lúdicas, ni elementos de moda que los destacara como infantes.”

Se hizo necesario que la moda infantil evolucionara, y que se crearan prendas que los identificaran por lo que eran. Para inicios del siglo XX, la casa de moda Lanvin vio la necesidad de diseñar un vestuario exclusivamente para niños, que los diferenciara claramente de los adultos. Desde entonces la moda infantil fue tomando protagonismo y adquiriendo reconocimiento; creando así un espacio muy importante en el mundo del *fashion*, haciendo que nuevos diseñadores incursionaran en este movimiento.

Un elemento clave para conocer la evolución de la moda infantil, es el color. Torres (2014) en su artículo *La evolución de la ropa infantil*, afirma que en la segunda década del siglo XX las marcas de ropa infantil utilizaban colores pastel; tal vez por practicidad, agrega. Torres (2014) también comenta que aunque había gran diversidad de opinión sobre el tema del color “la regla generalmente aceptada era que el azul era el color más apropiado para los niños, por ser un color definido y fuerte, y el rosa era perfecto para niñas, por ser delicado y suave”. Estos colores quedaron establecidos así hasta la liberación

femenina de los años sesenta, donde las mujeres buscaban libertad también para las niñas y querían una variedad de colores en sus prendas, donde se incluyeron nuevamente los colores unisex, como lo era el amarillo.

Actualmente, siguen establecidos aquellos parámetros de color azul y rosa para niño y niña respectivamente; pero se ha roto un poco la barrera, creando prendas que puedan representar al niño sin importar su sexo.

### **Estilismo Infantil**

El estilismo es parte fundamental de una producción fotográfica o publicitaria para una marca. El estilista de moda es el encargado de elegir y combinar las prendas de ropa que utilizaran los modelos o talentos, para que exista una armonía con el set y con la idea que la marca quiere comunicar.

Ana Aguilar (2013) en su trabajo “Moda y Estilismo infantil” explica que, generalmente, los estilistas son parte de un equipo requerido por el cliente para trabajar junto con diseñadores de moda, fotógrafos, directores, peluqueros y maquilladores. Su tarea es crear una apariencia particular para un proyecto específico jugando con los colores, estampados y texturas de la colección a la cual se realizará el estilismo. El estilista debe estar al día con las tendencias en cuanto a moda infantil, por eso es necesario que se examinen las colecciones de temporada que se presentan en las semanas de la moda, en especial las presentadas en la Semana Internacional de la Moda Infantil de Londres.

Los estilistas que trabajan en proyectos comerciales deben tener un amplio conocimiento de la marca con la que están trabajando y más si es una marca infantil, donde su mayor objetivo es revivir el niño interior de cada persona para poder expresar lo que busca generar la marca a su público objetivo que son los pequeños consumidores. (Aguilar, 2013)

El estilismo infantil debe realizarse pensando en el punto de vista de los niños, el profesional debe sensibilizarse con los niños y comprenderlos. Aguilar (2013) afirma que “si se conoce o comprende lo que el niño o infante quiere de la moda, entonces esto se puede transmitir en los mensajes publicitarios”.

## **INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA DE MODA**

El fotógrafo José Camacho (2018) señala, en su blog, que la fotografía de moda ya era utilizada en 1920, cuando grandes marcas decidieron optar por esta modalidad gracias a su influencia e impacto en la sociedad y a su uso como medio para fomentar el consumo a través de la publicidad visual.

La fotografía de moda es el arte de transmitir sensaciones y emociones a través de piezas visuales, que evocan un mensaje clave gracias a la escenografía, dirección de arte, estilismo, maquillaje y peluquería, técnicas de iluminación, encuadre y postproducción fotográfica. (Camacho, 2018)

Este género fotográfico tiene a su vez distintas modalidades según el mensaje a transmitir, estas son: fotografía de moda editorial, fotografía de campaña, fotografía para desfiles y fotografía de producto.

Para este proyecto se toma en cuenta el concepto de fotografía de moda de campaña. Estas son aquellas producciones utilizadas para dar a conocer una nueva colección de una marca o firma de moda. El objetivo principal de las piezas fotográficas es vender sus productos, transmitir el concepto de la marca y su filosofía y conectar con el público consumidor. Es importante conocer la estrategia creativa presentada por la marca para que la fotografía de campaña tenga éxito.

### **El internet como medio de publicidad de moda**

Actualmente el mundo de la moda se ha nutrido de las plataformas de internet, compartiendo sus colecciones por redes sociales, vendiendo su ropa a través de páginas web y generando el acceso de su marca a muchas personas a nivel mundial.

Las marcas de moda han dejado de utilizar al formato impreso como única vía para publicitar sus productos. Estas han buscado nuevas estrategias de comunicación y han migrado al área digital. Un área que permite realizar comunicaciones innovadoras, haciendo que el consumidor se sienta atraído e intrigado por el producto y su mensaje.

A su vez el internet permite que haya un *feedback* de parte del consumidor a la marca, se genera un dialogo entre ambos. La marca, gracias a esto, puede saber que le gusta a su *target* y puede cambiar o no sus comunicaciones para que sean más efectivas.

El internet es la vía ideal para que las marcas sean conocidas globalmente, ya sea a través de blogs de moda, redes sociales, páginas web; entre otros. Los materiales audiovisuales pueden ser compartidos masivamente por Youtube o Vimeo.

## **INTRODUCCIÓN AL FASHION FILM**

“Vivimos en la era digital. En un mundo donde la tecnología es la rueda que da cuerda al mundo. Donde lo audiovisual prevalece. Durante décadas, la moda se ha plasmado en fotografías, pero en los últimos tiempos las grandes marcas han optado por los “Fashion Films”. Lo cierto es que el mercado está en continua evolución y ello requiere nuevos soportes para crear nuevos contenidos que se adapten a los hábitos de la sociedad actual, que vive adherida a las tabletas digitales. Por este motivo no es de extrañar que la imagen en movimiento haya cautivado al mundo de la moda.”  
(Méndez 2013)

Sara Méndez en su artículo *Cuando la moda es Cine* esboza de manera acertada la justificación de porque el mundo de la moda ha llegado al área audiovisual. El mundo digital le ha exigido a la industria del *fashion* migrar sus comunicaciones a producciones que no queden solo plasmadas en fotografías, sino a representar historias y sentimientos que conectan con el público consumidor.

Méndez (2013) también comenta muy acertadamente que “hoy en día ya no vale vender un producto. Se trata de vender un estilo de vida (...) la esencia de la marca. Los *fashion films* cuentan historias que permiten soñar y esto es con lo que conecta el consumidor”. El *fashion film* es un canal que permite que el espectador cree vínculo con la marca, más allá de sus productos; haciendo así que el mundo audiovisual se convierta en la nueva vía de comunicación del universo de la moda.

Es importante tomar en cuenta cómo funcionan las comunicaciones de moda actualmente, las cuales han migrado casi completamente al área digital. El

público pide inmediatez, por lo cual las marcas generan contenido de desfiles, colecciones y *photoshoots* a tiempo real. Marcas como Gucci han innovado en sus comunicaciones transmitiendo sus desfiles vía Instagram Live, haciendo así que cualquiera pueda tener un acceso directo a la marca. Los *Fashion Films* pueden lograr no solo dar a conocer las piezas de la colección sino que transmiten la esencia e historia que va acorde con la marca.

Para hablar del *fashion film* se debe señalar la relación que existe entre moda y cine . Del Pino (2017) afirma que:

La relación entre el cine y la moda lleva muchos años existiendo, recordemos las grandes producciones hollywoodenses de películas como "Breakfast at Tiffany's" en donde Audrey Hepburn usaba ese hermoso vestido negro diseñado por *Hubert de Givenchy*; "Los abrazos rotos" de Pedro Almodóvar en donde Penélope Cruz usaba un vestido de *Chanel* o qué tal la película de los 80 "American Gigoló" protagonizada por un Richard Gere joven vestido en *Giorgio Armani* y la lista podría continuar. (Pino, 2017)

Diane Pernet curadora, editora de revistas de moda y *blogger*, en el año 2006, como invitada de Mark Eley Kishimoto realizó, un cortometraje, para el lanzamiento de la línea masculina de este. Según Del Pino (2017) el corto "utilizaba prendas del diseñador que narraba una carrera desde Trafalgar Square, Londres hasta Montecarlo" A partir de ese momento esta herramienta fue utilizada por muchas marcas, donde a través de la estética e historias lograban conectar de una manera distinta con el consumidor.

Gracias a esto nacieron productoras como SHOWstudio, la cual es líder de los llamados *Fashion Film*. En cuanto a su esencia, esta señala que a través de sus innovadores y diferentes proyectos han definido la manera en como la moda se presenta vía internet, ofreciendo una plataforma única que nutre e impulsa el *fashion*.

La pionera del arte del *Fashion Film*, Diane Pernet, afirmó que "Todos usamos ropa y todos vamos al cine. Yo quiero que la gente fuera del mundo de la moda vea estos *films*. No tienes que ser una persona *fashion* para disfrutar un buen *Fashion Film*"

## TRATAMIENTOS

### SESIÓN FOTOGRÁFICA

#### Tratamiento de Producción

Fernanda Visca en su trabajo publicado por la Universidad de Palermo: *Producción Fotográfica "Idear, planificar y ejecutar una producción"*; relaciona la palabra *producir* con las siguientes acciones:

“hacer, originar, generar, fabricar, crear, construir, realizar, transformar, desarrollar. Producir es la acción de generar algo. Este algo lo convierte en un objetivo. Este objetivo es lo que, en nuestro territorio, llamamos *producción*. Una campaña gráfica o una nota editorial son Producciones Fotográficas. Producir una imagen es construir un mensaje (ya sea consciente o inconscientemente), el cual será interpretado por un receptor. Comunicación la cual se desarrollará dentro de un contexto determinado el lenguaje visual.”  
(Visca, 2010)

Para la realización de la sesión fotográfica se pautaron reuniones con la marca para definir los lineamientos visuales, responsabilizar tareas generales del proyecto y el desempeño de los colaboradores.

Tanto la producción fotográfica está basada en tres procesos fundamentales para generar con éxito el producto final.

#### **1. Primera etapa: Pre-producción**

Según Visca (2010) La pre-producción es la etapa previa a la sesión fotográfica, es considerada como la etapa principal de la producción, en esta se lleva a cabo la logística y planificación para abordar un proyecto. En esta etapa, como su nombre lo indica, se desarrollan todas las tareas previas, de anterioridad y/o prioridad.

- Reuniones con el cliente. Presentación, aprobación de la Propuesta Estética
- Presupuesto
- Creación del plan de producción, planificación y logística
- Contratación del personal de producción y otros profesionales
- Casting

- Contratación de modelos
- Búsqueda de locaciones
- Solicitud de permisos
- Contratación de Proveedores / Servicios
- Realización de la Escenografía
- Alquiler o compra de Utilería / Accesorios
- Prueba de vestuario
- Reuniones de pre-producción
- Citaciones

Durante esta etapa la comunicación con la marca fue fundamental, se logró definir todos los aspectos previos necesarios para abordar la realización de la producción fotográfica. Se recibió el apoyo de parte de los colaboradores: personal de la marca, servicios contratados (estilismo) y apoyo completo de locación.

## **2. Segunda etapa: Producción**

La autora Visca (2010) indica que “la producción es el momento de la realización de la Sesión Fotográfica, el resultado de todo lo planeado en la pre-producción. Es el momento de acción”:

- Seguir plan de trabajo
- Revisar el vestuario y los accesorios.
- Seguimiento y chequeo de cada área (iluminación, escenografía, utilería, ambientación, maquillaje y peinado de modelos).
- Solucionar imprevistos.

En esta etapa, se puso en práctica la planificación previa. Se logró seguir correctamente el plan de trabajo, se contó con el apoyo de la marca para la ambientación del estudio, y el equipo logró cubrir, acorde a la identidad de la marca, la escenografía y utilería.

Se requirió de servicios externos, como maquillaje y peinado de modelos, quienes lograron con éxito un entendimiento pleno de la identidad de marca

utilizada para esta producción fotográfica y llevaron a cabo una excelente y limpia imagen de los modelos.

El trabajar con niños de cortas edades llevó a tener que solucionar imprevistos, pero gracias a la comunicación y divisiones claras de tareas dentro del equipo, se lograron superar con éxito sin modificar el plan de trabajo.

### **3. Tercera etapa: Post-producción**

Visca (2010), en cuanto a la última etapa de producción señala que “en esta etapa se desarrolla el cierre del proyecto. Es un momento importante ya que aquí se hace el balance y se ve el resultado total del trabajo.”

- Edición Fotográfica
- Postproducción
- Pagos

Luego de lograr con éxito la producción fotográfica se realizaron reuniones de evaluación y selección de material con la marca. Luego de una selección filtrada del material obtenido el día de la producción fotográfica, se llevó a cabo la edición del material por parte del equipo (ajustes de iluminación, imperfecciones, imprevistos) para lograr un producto final limpio y acorde a los lineamientos planteados al inicio del proyecto.

Como acción final, se entregó el material a la marca en alta resolución, para darles acceso a las fotografías y permitirles utilizarlas en varios formatos digitales (Instagram, Facebook o YouTube)

### **Tratamiento de Dirección de Fotografía**

El director de fotografía es el encargado de la estética del material fotográfico, en casi todas las producciones suele ser el mismo fotógrafo. Su tarea principal es organizar un esquema de iluminación adecuado, con luz artificial, para iluminar el objeto y el ambiente a fotografiar de forma eficaz.

En el caso de la sesión fotográfica de Kid Cool se utilizó un esquema de luz sencillo, compuesto por una luz *ellinchrome* con un softbox cuadrado sostenida en un trípode. Esta se colocó en leve picada para poder iluminar a los

niños de pies a cabeza, y la altura de la luz varió dependiendo de la estatura de los niños. Se mantuvo la misma posición del fotógrafo hacia el sujeto, y los encuadres variaron dependiendo de las prendas.

### **Tratamiento de Dirección de Arte**

La dirección de arte es fundamental en una producción fotográfica, ya que el director de arte busca que exista armonía entre el vestuario y el estilismo de la sesión. A su vez este es responsable del diseño del espacio o set donde se llevará a cabo la sesión.

Para la sesión fotográfica de la colección “Ciudad Órbita” de Kid Cool se creó un ambiente sencillo con un fondo gris y otro blanco a los cuales se le agregaron diferentes elementos relacionados con el espacio, tales como: estrellas, un cohete y figuras geométricas pintadas con los tonos de la paleta de colores de la colección. Se buscó dicha sencillez en el set para que las prendas tuvieran protagonismo.

### **Vestuario**

El vestuario era lo fundamental y protagonista en la sesión fotográfica, se buscó combinar las prendas y de esa manera mostrar en las imágenes toda la colección.

### **Maquillaje y estilismo**

El maquillaje utilizado para las niñas fue sencillo, se les aplicó un poco de rubor y mascarilla de ojos, acompañado con estrellas de confeti plateadas alrededor de los ojos.

## **FASHION FILM**

### **Tratamiento de Guión**

“Escribir un guión es un proceso, un periodo de desarrollo orgánico que cambia y avanza continuamente; es un oficio que de vez en cuando se eleva hasta la categoría de arte. El autor pasa por una serie de etapas concretas al dar cuerpo y dramatizar una idea; el proceso creativo es el mismo para todos los tipos de escritura; sólo cambia la forma.” (Field, 1995)

En la escritura de guión de un *Fashion Film*, es importante tomar en cuenta los lineamientos y esencia de la marca. Se debe formular una idea que vaya acorde al concepto de la colección y que a su vez conecte emocionalmente con el consumidor.

En el caso de *Ciudad Órbita* se tomó en cuenta la locación para la escritura del guión. Luego de visitar por primera vez el Museo de Los Niños de Caracas, se inició el proceso de la creación del guión. Se buscó crear una historia infantil pero a la vez elegante que se relacionara con el concepto y la estética de la colección.

La pieza audiovisual solo posee un dialogo y este se utiliza para darle inicio a la historia. Lo principal era presentar la estética del material y utilizar imágenes que hablaran por si solas, acompañadas de una musicalización que diera un sentimiento galáctico.

### **Tratamiento de Dirección Audiovisual**

La Dirección audiovisual es aquel profesional que se encarga de que el proyecto marche de forma correcta. No solamente en los elementos visuales, sino en todos los aspectos que conforman la producción del proyecto audiovisual, y así se cumplan de la mejor manera. Debe ser capaz de dividir tareas, delegar y dirigir de una forma eficiente al equipo completo de trabajo, ya que su labor en conjunto dará o no, el resultado esperado.

Durante la ejecución del proyecto audiovisual el equipo tomo el rol de dirección audiovisual, luego de constante comunicación con la marca y con el equipo que nos iba a brindar el servicio externo necesario (iluminación y equipos de filmación), se logró establecer una línea acorde con la identidad de la marca, para poner en práctica el día de la ejecución de la pieza audiovisual.

Durante el día de la Producción del proyecto, el equipo estuvo constantemente alerta de que todo estuviese marchando de la manera correcta, de que los lineamientos se estuviesen cumpliendo y llevar a cabo el plan de trabajo antes planificado con el resto de los participantes.

## **Propuesta de Montaje**

La propuesta de montaje es esencial para lograr una buena producción visual. Es la forma en la que el director organiza los planos, enfoques, perspectivas, para que el espectador capte correctamente lo que quiere transmitir el director.

Esta etapa debe definirse en el proceso de pre-producción y tenerse muy clara al momento de la producción, para que en la post-producción se logre transmitir correctamente ese sentimiento o enfoque planificado. Todos los miembros del equipo deben estar alineados para que no se pierda ningún detalle.

En la producción visual, al tratarse de una marca de ropa, se destacaron los planos detalles en las piezas. Para no perder la secuencia de la historia se mantuvo la idea inicial del concepto de “Ciudad Orbita”, con planos generales que mostraran el lugar y fueran acorde con la historia del *Fashion Film*.

## **Tratamiento de Producción Audiovisual**

Para la realización de la producción audiovisual se pautaron reuniones con la marca para definir los lineamientos visuales, responsabilizar tareas generales del proyecto y el desempeño de los colaboradores.

La producción audiovisual, al igual que la producción fotográfica, está basada en aquellos tres procesos previamente mencionados y explicados: pre-producción, producción y post-producción.

Durante la etapa de producción, la comunicación con la marca fue fundamental. Se definieron todos los aspectos previos necesarios para abordar la realización de la producción audiovisual. Se recibió el apoyo de parte de los colaboradores: personal de la marca, servicios contratados (iluminación y camarógrafos) y apoyo completo de locación. Hubo un trabajo creativo previo de todo el equipo para la elaboración de guiones, búsqueda de referencias, propuestas de musicalización, casting, entre otros.

En la etapa de producción se puso en práctica la planificación previa y se logró seguir correctamente el plan de trabajo. Durante esta etapa se llevó a cabo exitosamente la grabación, contando con el apoyo del equipo gerencial de la locación y el equipo de producción y dirección. Se requirieron servicios externos, como iluminación y camarógrafos, los cuales lograron con éxito un entendimiento pleno de la identidad de marca y llevaron a cabo un excelente trabajo.

Luego de lograr con éxito la producción audiovisual se pautaron reuniones de post-producción. Se realizó una selección filtrada del material obtenido el día de la grabación, se llevó a cabo la edición del material por parte de un personal contratado, para así lograr un producto final profesional y acorde a los lineamientos planteados al inicio del proyecto. Por último se entregó el material a la marca en alta resolución y con una duración practica para poder ser utilizados en varios formatos digitales (Instagram, Facebook y YouTube)

### **Tratamiento de Dirección de Fotografía Audiovisual**

El encargado de la estética del material es el director de fotografía. Este debe toma en cuenta los encuadres y la iluminación que será utilizada para el rodaje del video. También es el encargado de estudiar cada plano, considerar la temperatura de color y apertura de luz para darle vida a la composición de la pieza final.

En el caso de “Ciudad Orbita” la dirección de fotografía se basó en planos abiertos para ver la locación y a los niños jugando, y a su vez en planos detalles de la ropa de la colección.

Para este *Fashion Film* se trabajó con una cámara digital Sony Alfa A6300 junto con dos lentes, un 70-200mm y otro 24mm fijo. Para la iluminación se utilizaron dos Kino Flow de 2x4 y una Arri 650 HMI. Durante todo el rodaje se mantuvieron los valores de la cámara en ISO 600, obturador 1/250 y diafragma 4.0 ya que algunos espacios requerían de luz artificial a pesar de existir luz natural en la mayor parte de la locación.

Como el material será publicado y distribuido por redes sociales, se manejó la resolución aspecto 16:9 del HDTV (1920x1080), a 60 cuadros por segundo.

### **Tratamiento de Dirección de Arte Audiovisual**

El director de arte es la persona encargada de que todos los aspectos visuales se acoplen de manera correcta. Es un profesional que debe presentar una propuesta creativa ante el proyecto para recrear la imagen adecuada al producto final.

Luego de varias reuniones con la marca, el equipo tomó el rol de dirección de arte, llevando a cabo un proceso creativo que lograra plasmar la identidad de marca e innovación en la nueva colección “Ciudad Órbita”. Se realizó una propuesta aprobada por la marca, donde la ropa era el principal protagonista, y la imaginación y locación lograran crear una esencia espacial. De esta manera se consiguió recrear con éxito la imagen del proyecto.

Elementos claves, como locación, ambiente, utilería, iluminación artificial, maquillaje y peinados de los modelos; le proporcionaron a la producción visual el lineamiento necesario que la marca estaba esperando. Lograr centrar el protagonismo en la ropa, y a través de la creatividad crear un ambiente espacial.

### **Set de Rodaje**

Para el set de grabación se tomaron en cuenta los requerimientos del director y la marca en cuanto a lo que querían proyectar con el interior del museo de los niños, en este caso, donde sucedería la acción.

El *Fashion Film* propone un lugar espacial, futurista y amplio que asemeja un viaje al espacio. Para la imagen y estética del film se buscó que todas las locaciones elegidas fueran relevantes como el cohete espacial y la sala de control para que la esencia de la colección estuviese siempre presente.

### **Vestuario**

El vestuario es la parte fundamental del *Fashion Film*, ya que a través del corto se busca mostrar los detalles de las prendas de la colección “Ciudad

Órbita”, por eso se eligieron distintos looks de la colección para poder tener variedad durante el video.

### **Maquillaje y estilismo**

El maquillaje utilizado para las niñas fue similar al de la sesión fotográfica, utilizando un poco más de rubor ya que las luces utilizadas en el rodaje eran muy fuertes.

### **Tratamiento de Dirección de Casting**

Para la selección de los personajes se decidió elegir a los niños más grandes de la sesión fotográfica, ya que serían más fáciles de dirigir para actuar. El personaje principal seleccionado fue Samuel, un niño de 12 años de piel blanca, ojos azules y pelo marrón claro, quien por su estatura se nota que es el mayor entre los niños. Samuel es quien guía a los demás a jugar al espacio. Para el personaje de la guía espacial se seleccionó a Federica, una niña de 7 años de edad de piel morena, ojos marrones y pelo marrón, quien guía a los niños a conocer el espacio con su personalidad atrevida, divertida y aventurera.

### **Temática y descripción de los personajes**

La temática de un *Fashion Film* debe ser acorde a los lineamientos del diseñador y la marca en la que se propone realizar el material. Antes de plantear una historia se debe conocer el tono de comunicación de la marca, a que público se dirige y el propósito de esa comunicación. La manera de conocer estas características es teniendo acceso al *brief* de la marca.

## **CASO: KID COOL:**

### **Brief:**

Información suministrada por la marca: Belinda Bastardo, diseñadora de *Kid Cool*

### **Historia**

*Kid Cool* es una marca fundada en Bélgica dedicada al diseño y fabricación de artículos de moda infantil.

En 1993, Raúl Soules, empresario venezolano, trae la franquicia a Venezuela y se convierte en el representante de la marca en el país, inaugurando así la primera tienda *Kid Cool* en el Centro Comercial Ciudad Tamanaco y posteriormente en el centro comercial Concreta; expandiéndose a Margarita, Guatire, Los Teques, Barquisimeto, más 6 tiendas en los principales centros comerciales de la ciudad de Caracas.

Los siguientes pasos de la marca fueron expandirse a un mercado un poco más competitivo, teniendo sedes en Aruba, Curazao, Bonaire y Miami donde posteriormente cerraron operaciones comerciales.

Los dueños de la marca en Venezuela toman decisiones trascendentales al separarse de la filial belga, registrándose así de manera independiente en el país. La propuesta de diseño era netamente nacional pero su fabricación era de Tailandia, Perú, Argentina y Bolivia, convirtiéndose así en una marca posicionada y reconocida para el consumidor venezolano.

En el año 2016 la marca es adquirida por el corporativo grupo Beco & Compañía, continuando así con el desarrollo del diseño en Venezuela y primeramente fabricando en Perú y Colombia, para posteriormente apostar completamente al talento nacional desarrollando el producto en su totalidad en el país.

### **Misión**

Ofrecer piezas de vestir para niños desde su nacimiento hasta los 12 años, brindando una propuesta de alta calidad y atadas a la tendencia.

## **Visión**

Ser la marca de moda infantil que acompaña a los niños en la aventura de crecer a través de una propuesta innovadora y versátil.

## **Valores**

Aventurero, curioso, inquieto, alegre, independiente, auténtico, espíritu libre y líder.

## **Posicionamiento**

Ser la marca de moda infantil que ofrece y refleja exclusividad y calidad en sus productos inspirados en historias que harán la experiencia de compra aún más divertida.

## **Grupo objetivo o Target**

Madre venezolana de edad comprendida entre los 35 y 45 años, de estilo *bohochic*, de espíritu libre aventurero y positivo. Lleva un estilo de vida saludable, practica yoga, le gusta viajar y estar actualizada. Le gusta cocinar, es apasionada por el arte y el diseño. Es una mujer emprendedora que dispone de su tiempo para compartir con su familia, cuyos hijos son auténticos, aventureros, que siempre estén a la moda pero cómodos, para que su día sea productivo y agradable.

## **Tono de la comunicación-personalidad de marca**

Amigable, fresca, cercana y enfocada a temas de interés infantil y de padres. La marca le habla a su público de manera inteligente con metáforas y referencias visuales de forma moderna, clara, concreta y divertida.

## **Medios utilizados**

Facebook e Instagram

## **Competencia**

Zara Kids, Epk, Tiramisú, Zippy.

Una vez obtenidas todas las características de la marca: **KID COOL**, se puede realizar una propuesta audiovisual que atrape al público consumidor y a su vez ayude a atraer potenciales clientes. Se busca crear una historia que genere una emoción y comparta la esencia del diseñador y la marca en cuestión. Al mismo tiempo, se busca producir un material fotográfico que represente la esencia de la marca y su colección.

## SESIÓN FOTOGRAFICA



Las fotografías se realizaron sobre un *sin fin* blanco (Pantone 000C) y otro gris (Pantone 17-1502TPX), para centrar la atención en los modelos y la ropa de la colección y a su vez generar contraste con estos.

Los colores de la utilería fueron seleccionados tomando en cuenta los colores de la colección, jugando con la paleta seleccionada por la marca para esta ocasión.

En la producción del set se buscó simpleza y minimalismo para presentar de una manera más clara y sencilla la ropa de la colección, queriendo destacar los detalles de las prendas.

Se buscó que las poses de los niños fueran naturales y espontaneas para así identificarse con la esencia de la marca.

La iluminación para la sesión fue artificial para resaltar de manera precisa todos los detalles de las prendas.

El maquillaje de las niñas fue bastante tenue y sencillo. Se utilizaron estrellas de confeti para adornar las caras de las modelos acordes al concepto espacial. Por otro lado, para los peinados de las niñas se utilizaron distintas técnicas de trenzado y moños.

# ★ ★ REFERENCIAS ESTÉTICAS



NIÑAS:



# NIÑOS





## **SELECCIÓN DEL CASTING**

### **Sesión fotográfica**

Para la sesión fotográfica se buscaron 16 niños entre 2 y 12 años de edad de diferentes tonos de piel cabello y color de ojos, los cuales fueron presentados a la marca para su elección. De los 16 niños quedaron seleccionados 11. La marca se encargó de la búsqueda de 4 de los talentos.

## DESCRIPCIÓN DE LOCACIÓN

Lugar: Estudio fotográfico Beco

Dirección	Av. principal de Boleíta, Caracas
Persona de contacto	Belinda Bastardo
Teléfono de contacto	04249378790
Email de contacto:	<a href="mailto:bbastardo@walkiria.biz">bbastardo@walkiria.biz</a>
Condiciones de iluminación	Artificial
Sin Fin	Sí
Energía Eléctrica	Sí
Tomas de corriente	Sí
Baño	Sí
Espacio equipo técnico	Sí
Espacio Camerino	Sí
Ruido	No
Estacionamiento	Sí
Público Observador	Sí
Seguridad	Sí es segura

## SELECCIÓN DE PIEZAS

Durante la producción de las piezas se realizaron un total de 732 fotos de las cuales se seleccionaron 63.

Una vez seleccionadas las 63 fotos se pasó a enviarlas a postproducción donde se realizaron ajustes de color, brillo, contraste, arreglos del sin fin, eliminación de defectos de arruga en la ropa, piel, entre otros retoques.

# ★ CRONOGRAMAS DE LAS ETAPAS DE PRODUCCIÓN

## Sesión Fotográfica y *Fashion Film*

### SEPTIEMBRE

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
	Definición del tema			Revisión de PFC anteriores		
17	18	19	20	21	22	23
		Presentación de anteproyecto				
24	25	26	27	28	29	30
				Reuniones pre-producción		

## OCTUBRE

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
	Reunión con la marca Kid Cool		Brief de la marca y la colección "Ciudad Órbita"		Compra de elementos de producción	
8	9	10	11	12	13	14
	Realización de casting			Programación de logística para sesión fotográfica	Revisión de locación (estudio fotográfico)	
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
			Sesión fotográfica			
29	30	31				

## NOVIEMBRE

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
				Postproducción del material fotográfico		
5	6	7	8	9	10	11
	Entrega del material fotográfico a la marca					
12	13	14	15	16	17	18
			Reunión preproducción <i>Fashion Film</i>		Casting <i>Fashion Film</i>	
19	20	21	22	23	24	25
	Plan de rodaje para <i>Fashion Film</i>					
26	27	28	29	30		

## ENERO

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
	Visita locación <i>Fashion Film</i>			Permiso para grabar en locación		
21	22	23	24	25	26	27
	Aprobación de grabación		Propuesta de historia para <i>Fashion Film</i>			
28	29	30	31			

## FEBRERO

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
				1	2	3
				Búsqueda de prendas en Kid Cool		
4	5	6	7	8	9	10
						Grabación <i>Fashion Film</i>
11	12	13	14	15	16	17
			Edición y post producción de <i>Fashion Film</i>	Edición y post producción de <i>Fashion Film</i>		
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

## FASHION FILM:



## SINOPSIS

4 niños entre 8 y 10 años de edad se encuentran sentados en unos bancos, aburridos y sin saber qué hacer, hasta que al más grande de los niños se le ocurre una divertida idea que da a conocer a los demás. Juntos, los niños se adentran en un túnel de colores donde los recibe una niña de 7 años, quien los invita a seguirla. Acto seguido todos se transportan a un mundo espacial donde comienzan a explorar y divertirse y así emprenden su aventura a la *Ciudad Órbita*.



## **INT. ZONA DE ESPERA / DÍA**

### **Secuencia 1**

Los niños están sentados. Todos hacen expresiones de aburrimiento hasta que uno pone expresión de asombro y levanta el dedo en señal de que tiene una idea y todos los niños se emocionan.

## **INT. TUNEL DE COLORES / DÍA**

### **Secuencia 2**

Los niños caminan dentro del túnel donde consiguen a una niña que los espera y hace señal de que la sigan. Todos caminan hacia ella. Y muestran uno por uno dentro del túnel su nuevo cambio de ropa.

### **Secuencia 3**

Los niños suben juntos una escalera en espiral y miran a su alrededor, mientras van descubriendo el lugar.

### **Secuencia 4**

Martina y Jon entran a una sala de computadoras mientras ríen y hablan por unos teléfonos.

### **Secuencia 5**

Federica presiona botones contenta frente a un tablero.

### **Secuencia 6**

Nicole abre una puerta grande, y junto con Samuel presionan botones con expresión curiosa.

### **Secuencia 7:**

Samuel salta vestido de astronauta y saluda con una bandera en el suelo.



“CIUDAD ÓRBITA”

Escrito por:

[CLAUDIA AGUIRREZABAL]

"CIUDAD ORBITA"

FADE IN:

1 INT. SALA DE ESPERA - DÍA

Nicole y Martina de 10 y 9 años respectivamente, ambas de piel blanca y pelo marrón, y Samuel y Jon de 12 y 9 años respectivamente, ambos de piel blanca y ojos claros; se encuentran sentados en unos bancos negros. Todos vestidos con camisas blancas y *bluejeans*. Los cuatro niños están aburridos y desanimados, hasta que Samuel con expresión de asombro levantando su dedo índice y colocándose un colador de cocina en la cabeza, exclama:

SAMUEL

¡Vamos al espacio!

Todos los niños entusiasmados responden:

NICOLE, MARTINA Y JON

¡SÍ!

2 INT. TUNEL DE COLORES - DÍA

Federica de 7 años de piel dorada y pelo negro, vestida con colores llamativos, espera a los cuatro niños al inicio de un túnel hecho de paneles de luz, haciéndoles con su mano seña de que la sigan. Los niños entran asombrados y comienzan a caminar hacia ella, mirando todo a su alrededor. Acto seguido niño por niño aparece solo dentro del túnel con un cambio de ropa nuevo y posando. El orden es Nicole, luego Jon, luego Martina y por último Samuel.

3 INT. ESCALERA EN ESPIRAL - DÍA

Los 5 niños suben unas escaleras en forma de espiral mirando hacia arriba con caras de asombro y descubrimiento. Samuel mira entusiasmado unos andamios plateados al final de la escalera.

4 INT. ZONA DE COMPUTADORAS - DÍA

Martina y Jon se encuentran frente a un cuarto lleno de luces y pantallas, entran juntos corriendo, Ambos toman

los teléfonos dentro del cuarto y miran las computadoras asombrados.

5 INT. TABLERO DE BOTONES - DÍA

Federica juega con una palanca con cara picara y contenta.

6 INT. NAVE ESPACIAL - DÍA

Nicole abre con esfuerzo la puerta de una nave espacial llena de botones y palancas con colores plateados y grises. Acto seguido ella y Samuel empiezan a tocar los botones de la nave concentrados. Samuel se coloca un casco blanco de astronauta y Federica toca un botón rojo.

7 INT. ESPACIO - DÍA

Samuel salta vestido de astronauta con una bandera en la mano. Samuel saluda a la cámara con la bandera puesta en el suelo con aspecto lunar.

FADE OUT

**LISTA DE TOMAS**

<b>ESC</b>	<b>P</b>	<b>Ind. técnicas</b>	<b>Imagen</b>	<b>Sonido</b>	<b>Locación</b>	<b>Vestuario</b>
1	1	Plano abierto	Niños reunidos aburridos	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Sala de espera, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean Jon: Chemise blanca y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean Nicole: Franela rosada y bluejean
1	2	Plano detalle	Nicole demostrando aburrimiento junto con Martina	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Sala de espera, Museo de los niños	Nicole: Franela rosada y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean
1	3	Plano detalle	A Samuel se le ocurre una idea	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Sala de espera, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean
1	4	Plano medio	Todos los niños le preguntan cuál es su idea	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Sala de espera, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean Jon: Chemise blanca y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean Nicole: Franela rosada y bluejean
1	5	Plano abierto	Samuel saca un colador de pasta metálico que está debajo del banco y se lo pone en la cabeza. Todos los niños lo ven	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Sala de espera, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean Jon: Chemise blanca y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean Nicole: Franela rosada y

						bluejean
1	6	Plano detalle	Samuel dice "Vamos al espacio" y todos los niños gritan "¡Sí!"	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Sala de espera, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean

ESC	P	Ind. técnicas	Imagen	Sonido	Locación	Vestuario
2	1	Plano general	Los niños llegan a un túnel de colores donde se encuentran con Federica. Samuel los detiene antes de entrar, pero Federica les hace señas de que la sigan. Samuel señala a Federica	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean Jon: Chemise blanca y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean Nicole: Franela rosada y bluejean Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao y bluejean
2	2	Plano general	Todos entran al túnel y siguen a Federica	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean Jon: Chemise blanca y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean Nicole: Franela rosada y bluejean Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao y bluejean
2	3	Plano medio 2 cortes de cámara de esta escena	Todos los niños asombrados dentro del túnel	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones blanca y bluejean Jon: Chemise blanca y bluejean Martina: Camisa blanca y bluejean Nicole: Franela rosada y

						bluejean Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao y bluejean
2	4	Plano general	Nicole posa su Nuevo look vestida de Kid Cool	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas
2	4	Plano general	Jon posa su Nuevo look vestido de Kid Cool	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Jon: Franela con detalle de robot dorado y bluejean
2	5	Plano medio	Martina posa su Nuevo look vestida de Kid Cool	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y chores negros de jean con tirantes
2	6	Plano Medio	Samuel posa su Nuevo look vestido de Kid Cool	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Túnel de colores, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el bolsillo.
3	1	Plano General/ Speed Motion	Todos los niños menos Jon suben por unas escaleras de caracol siguiendo a Federica	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Escalera principal, Museo de los niños	Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao y bluejean Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y chores negros de jean con tirantes Samuel: Camisa

						de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el bolsillo.
3	2		Todos los niños se asoman por la escalera esperando que Jon suba	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Escalera principal, Museo de los niños	Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao y bluejean Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y chores negros de jean con tirantes Samuel: Camisa de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el Bolsillo y bluejean.
4	1	Plano detalle	Samuel explorando entre barras metálicas	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cubos metálicos, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el bolsillo.
4	2	Plano detalle	Detalle de la ropa de Samuel	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cubos metálicos, Museo de los niños	Camisa de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el bolsillo.

5	1	Plano general	Jon y Martina deciden entrar a la cápsula especial y se dicen "Sí" con la cabeza	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cápsula especial, Museo de los niños	Jon: Franela con detalle de robot dorado y bluejean Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y chores negros de jean con tirantes.
5	2	Plano general	Jon y Martina van corriendo a la cápsula	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cápsula especial, Museo de los niños	Jon: Franela con detalle de robot dorado y bluejean Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y chores negros de jean con tirantes.
5	3	Plano detalle	Franela de Jon mientras el habla por el teléfono de la capsula	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cápsula especial, Museo de los niños	Jon: Franela con detalle de robot dorado
5	4	Plano detalle	Detalle de la espalda de la camisa de Martina	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cápsula especial, Museo de los niños	Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y detalles de letras rojas en la espalda con chores negros de jean con tirantes.
5	5	Plano detalle	Detalle del cuello de la camisa de Martina mientras ella habla por teléfono asombrada	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cápsula especial, Museo de los niños	Martina: Camisa de botones de rayas azul y blanca con detalles de ojos en el cuello y chores negros de jean con tirantes.

6	1	Primerísimo primer plano	Federica jugando con la palanca del cohete	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao y maquillaje con estrellas.
6	2	Plano detalle	Detalle camisa de Federica	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao
7	1	Plano Medio	Nicole se asoma detrás de la puerta del cohete	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas. Maquillaje de estrellas
7	2	Plano Medio/ dos cortes de cámara	Nicole empujando la puerta para abrirla	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas. Maquillaje de estrellas
7	3	Plano Medio	A Nicole se le ocurre una idea y voltea para explorar el cohete en su interior	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas. Maquillaje de estrellas
7	4	Plano detalle	Nicole encendiendo los botones del cohete	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Nicole: Vestido azul marino con falda de rayas azul y blanca y detalles de lentejuelas en las mangas. Maquillaje de estrellas.

7	5	Plano detalle	Samuel encendiendo otros botones del cohete	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el bolsillo.
7	6	Plano medio	Samuel de espalda se coloca un casco de astronauta en la cabeza	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Samuel: Camisa de botones manga corta de cuadros azules y verdes con detalle de planeta en el bolsillo.
7	7	Plano detalle	Dedo de Federica presionando botón rojo para el despegue	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Cohete espacial, Museo de los niños	Federica: Camisa manga larga naranja con detalle de faralao.
8	1	Plano medio	Samuel saltando en la luna	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Luna en el espacio, Museo de los niños.	Samuel: Traje blanco de astronauta
8	2	Plano general	Samuel con la bandera clavada en la luna hace señal de "bien"	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City	Luna en el espacio, Museo de los niños.	Samuel: Traje blanco de astronauta
9	1		Logo Kid Cool	Canción: Cover, The technicolor Phase- Owl City en fade out		

ESC. 1 PLANO 1



Niños reunidos con cara de aburrimiento.

ESC. 1 PLANO 2



Samuel tiene una idea

ESC. 2 PLANO 1



Niños jugando entran a un tunel y ven a Federica.

ESC. 2 PLANO 2



A Nicole se le cambia la ropa a la de Kid Cool.

ESC. 2 PLANO 3



A Jon se le cambia la ropa a la de Kid Cool.

ESC. 2 PLANO 4



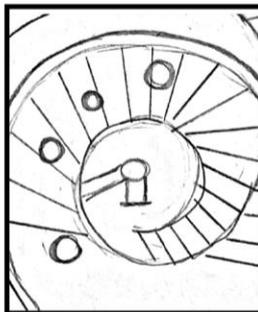
A Martina se le cambia la ropa a la de Kid Cool.

ESC. 2 PLANO 5



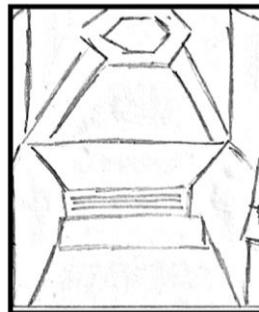
A Samuel se le cambia la ropa a la de Kid Cool.

ESC. 3 PLANO 1



Niños jugando en escalera caracol.

ESC. 4 PLANO 1



Martina y Jon frente a la capsula espacial.

ESC. 5 PLANO 1



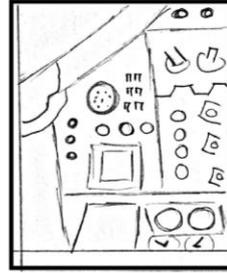
Federica Jugando con botones del cohete.

ESC. 6 PLANO 1



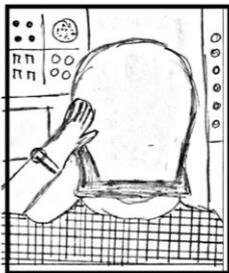
Plano detalle vestido de Nicole.

ESC. 6 PLANO 2



Plano detalle elementos de la nave espacial.

ESC. 6 PLANO 3



Samuel se pone un casco de astronauta.

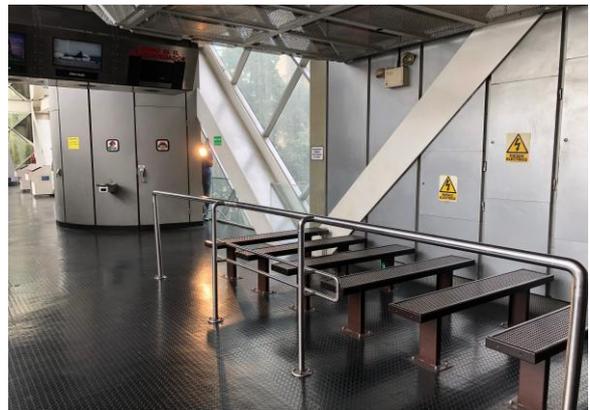
ESC. 7 PLANO 1



Samuel llega a la luna y pone la bandera.

**Lugar:** Museo de los niños de Caracas

**Dirección:** Av. Bolívar, Caracas.



1. Federica Martínez

**Look 1:** Camisa naranja manga larga con detalle de faralao en el pecho y jean azul claro con detalles de palabras escritas en negro, zapatos plateados con detalles naranja y estrellas.



2. Martina Morrison

**Look 1:** Camisa Blanca de botones y jean azul claro con huecos en las rodillas, zapatos beige.

**Look 2:** Camisa de botones de rayas azul y blanco con detalles de ojos en el cuello, chores negros de jean con tirantes, zapatos negros.



### 3. Nicole Baum

**Look 1:** Franela rosado claro, jean azul con detalles de estrellas, zapatos rosados metálicos.

**Look 2:** Vestido azul marino con falda de rayas blanco y azul, con detalles de lentejuelas en las mangas, zapatos rosados metálicos.



### 4. Jon Morrison

**Look 1:** Chemise blanca, jean azul oscuro y zapatos naranja.

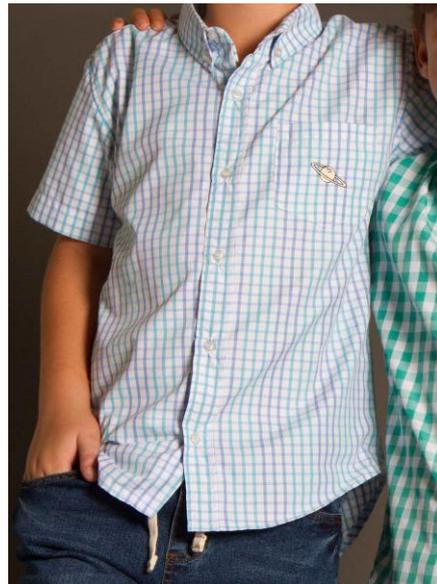
**Look 2:** Franela manga larga negra con detalle de robot dorado, jean oscuro.



## 5. Samuel Baum

**Look 1:** Camisa de botones blanca con detalle de rayo en el bolsillo, jean oscuro, zapatos marrones.

**Look 2:** Camisa de botones manga corta de cuadros azules con verde y detalle de planeta en el bolsillo. Jean oscuro, zapatos marrones.



La inspiración principal de este *Fashion Film* fue recrear un ambiente galáctico o semejante al espacio el cual de manera audiovisual pudiera representar la colección *Ciudad Órbita*. Lo primordial fue resaltar las prendas y colocarlas en una locación acorde a su concepto y esencia. Por esta razón se seleccionó como locación la zona “Carrera Espacial” del *Museo de los niños* ubicado en Caracas.



## PROPUESTA DE MUSICALIZACIÓN

Para la música del *Fashion Film* se utilizó un *cover* de la banda Owl City, principalmente para evitar problemas de derechos de autor y para tener la canción en formato instrumental. Se buscó una música infantil pero a la vez que asemejara un sentimiento galáctico y electrónico.

**Cover de Ryan Kirk: The Technicolor Phase – Owl City (instrumental)**

# DESGLOSE DE PRODUCCIÓN

<b>CASTING:</b> 1- FEDERICA MARTINEZ 2- MARTINA MORRISON 3- NICOLE BAUM 4- JON MORRISON 5- SAMUEL BAUM	<b>STUNTS:</b>  NO HAY	<b>EXTRAS / ATMOSFERA:</b>  NO HAY	
<b>EFFECTOS ESPECIALES:</b> NO HAY	<b>EXTRAS SILENCIOSO:</b>  NO HAY		
<b>VESTUARIO:</b>  <b>1- FEDERICA MARTINEZ</b> <b>LOOK 1-</b> CAMISA MANGA LARGA NARANJA CON DETALLE DE FARALAO Y BLUEJEAN.  <b>2- MARTINA MORRISON</b> <b>LOOK 1-</b> CAMISA BLANCA Y BLUEJEAN. <b>LOOK 2-</b> CAMISA DE BOTONES DE RAYAS AXUL Y BLANCO, CON DETALLES DE OJOS EN EL CUELLO Y CHORES NEGROS DE JEAN CON TIRANTES.  <b>3- NICOLE BAUM</b> <b>LOOK 1-</b> FRANELA ROSADA Y BLUEJEAN. <b>LOOK 2-</b> VESTIDO AZUL MARINO CON FALDA DE RAYAS AZUL Y BLANCA Y DETALLES DE LENTEJUELAS E LAS MANGAS.  <b>4- JON MORRISON</b> <b>LOOK 1-</b> CHEMISE BLANCA Y BLUEJEAN <b>LOOK 2-</b> FRANELA NEGRA CON DETALLE DE ROBOT DORADO Y BLUEJEAN.  <b>5-SAMUEL BAUM</b> <b>LOOK 1-</b> CMISA DE BOTONES BALNCA CON BLUEJEAN. <b>LOOK 2-</b> CAMISA DE CUADROS AZULES CON BLUEJEAN			
<b>UTILERÍA:</b>  COLADOR METÁLICO DE PASTA. ESTRELLAS DE CONFETI PLATEADAS. TRAJE DE ASTRONAUTA. PEGA DE BARRA. LIGAS DE CABELLO. PINZAS DE ROPA. MAQUILLAJE.		<b>VEHICULOS / ANIMALES:</b>  NO HAY	
<b>MAQUILLAJE/ PEINADO:</b>  <b>MAQUILLAJE:</b> RUBOR ROSADO, Y ESTRELLAS DE CONFETI.  <b>PEINADOS:</b> COLA DE CABALLO, MEDIA COLA, DOS COLAS.		<b>EFFECTOS DE SONIDO / MÚSICA:</b>  COVER THE TECHNICOLOR FACE - THE OWL CITY	
<b>NOTAS DE PRODUCCIÓN:</b>  NO OLVIDAR PINZAS PARA LA ROPA, PEGA DE BARRA, MAQUILLAJE Y LIGAS.		<b>EQUIPO ESPECIAL</b>  CAMARA SONY ALFA A6300, TRÍPODE, MONOPODE, LENTE 70-200MM, LENTE 24MM, LUZ KINO FLOW 2X4, LUZ ARRI 650 HMI, DOLLY.	



Para la publicación de las piezas fotográficas, la marca Kid Cool envió una planilla a los representantes de cada niño para llenar y llevar junto con la partida de nacimiento del niño y cédula de identidad de ambos padres. Esta planilla fue entregada a Belinda Bastardo, diseñadora de Kid Cool, quien se encargó de tramitar los documentos legales para poder publicar las imágenes en redes sociales. Esto se realizó ya que los talentos son menores de edad y es un requisito legal publicitario

**Modelo de Carta:**

Agencia Kid Cool C.A

**PRESENTE**

YO \_\_\_\_\_ representante de \_\_\_\_\_ por medio de la presente autorizo a **Kid Cool C.A**, a la utilización de la imagen de mi hijo/a en campañas, promocionales y demás materiales de apoyo que se consideren pertinente para la difusión y promoción de la marca **Kid Cool** y que se distribuya en el país por cualquier medio ya sea digital, impreso o cualquier otro. De igual manera, es mi deseo establecer que esta autorización es voluntaria y gratuita, y que **Kid Cool** cuenta con mi autorización para la utilización, reproducción, transmisión, retransmisión de la imagen de mi hijo/a en las campañas de promoción que realice la marca por cualquier medio, así como la fijación de la misma en proyecciones, videos, gráficas, textos y todo el material suplementario de las promociones y campañas, estableciendo que se utilizará única y exclusivamente para los fines antes señalados. Autorizo la imagen de mi hijo/a sea utilizada durante el tiempo que sea adecuado.

En la ciudad de \_\_\_\_\_ a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ 2017.

Atentamente,

---

(Nombre completo del cedente, Cédula y Firma)

El permiso para grabar en el Museo de los niños se consiguió a través de Darwin Sánchez, encargado general del museo. La aprobación se realizó por vía telefónica, por lo cual no hay ningún documento formal con dicho permiso. El día de grabación el señor Sánchez recibió al equipo en la puerta principal del museo para validar los nombres y cédulas del equipo de producción, talentos, camarógrafos y técnicos de luz.



# INFORME DE LOCACIÓN

Lugar: Museo de los niños

Dirección	Av. Bolívar, Caracas
Persona de contacto	Darwin Sánchez
Condiciones de iluminación	Artificial y Natural
Energía Eléctrica	Sí
Tomas de corriente	Sí
Baño	Sí
Espacio equipo técnico	No
Espacio Camerino	No
Ruido	No
Estacionamiento	Sí
Público Observador	Sí
Seguridad	No, se requiere de seguridad



## **SELECCIÓN DEL CASTING**

Para el *Fashion Film* los niños elegidos fueron los mayores de la sesión de fotos. Dos de los niños cancelaron su asistencia por lo que hubo que sustituirlos por otros dos niños.



DÍA DE RODAJE # : 1

HORA: 11:30AM

FECHA: 17 FEB 2018

PRDUCTOR: EQUIPO

DIRECTOR: MARÍA MILAGROS LEÓN

ESCENA	LOCACIÓN	CAST #	PÁGINA
1 -7	MUSEO DE LOS NIÑOS	1	1

#	PERSONAJE / ACTOR	MAQUILLAJE Y PEINADO	VESTUARIO
1	FEDERICA MARTINEZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MAQUILLAJE: RUBOR ROSADO, Y ESTRELLAS DE CONFETI.</li> <li>• PEINADO: COLA DE CABALLO</li> </ul>	1- CAMISA MANGA LARGA NARANJA, CON DETALLE DE FARALAO Y BLUEJEAN.
2	MARTINA MORRISON	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MAQUILLAJE: RUBOR ROSADO, Y ESTRELLAS DE CONFETI.</li> <li>• PEINADO: MEDIA COLA.</li> </ul>	1- CAMISA BLANCA Y BLUEJEAN. 2- CAMISA DE BOTONES DE RAYAS AXUL Y BLANCO, CON DETALLES DE OJOS EN EL CUELLO Y CHORES NEGROS DE JEAN CON TIRANTES.
3	NICOLE BAUM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MAQUILLAJE: RUBOR ROSADO, Y ESTRELLAS DE CONFETI.</li> <li>• PEINADO: DOS COLAS.</li> </ul>	1- FRANELA ROSADA Y BLUEJEAN. 2- VESTIDO AZUL MARINO CON FALDA DE RAYAS AZUL Y BLANCA Y DETALLES DE LENTEJUELAS E LAS MANGAS.

4	JON MORRISON	NO APLICA	1- CHEMISE BLANCA Y BLUEJEAN 2- FRANELA NEGRA CON DETALLE DE ROBOT DORADO Y BLUEJEAN.
5	SAMUEL BAUM	NO APLICA	1- CAMISA BLANCA DE BOTONES Y BLUEJEAN 2- CAMISA DE CUADROS AZULES Y BLUEJEAN

EQUIPO DE TRABAJO	EXTRAS
MARIA MILAGROS LEÓN	NO APLICA
LUIS URBINA	
YOLFRAN CAPOTE	
BETTINA ARRIAGA	
CLAUDIA AGUIRREZABAL	
MICHELLE KRIVOY	
GRACE SUÁREZ	

INSTRUCCIONES / EQUIPOS / UTILERÍA
COLADOR METÁLICO DE PASTA, ESTRELLAS DE CONFETI PLATEADAS, TRAJE DE ASTRONAUTA, PEGA DE BARRA, LIGAS DE CABELLO, PINZAS DE ROPA, MAQUILLAJE.
CAMARA SONY ALFA A6300, TRÍPODE, MONOPODE, LENTE 70-200MM, LENTE 24MM, LUZ KINO FLOW 2X4, LUZ ARRI 650 HMI, DOLLY.

LOCACIONES
PUNTO DE ENCUENTRO: AV PRINCIPAL EL ROSARIO, EDF. DORAMIL LOS CHORROS.
RODAJE: AV. BOLIVAR, MUSEO DE LOS NIÑOS DE CARACAS.

<b>HORARIO DE AVANZADA:</b>
-----------------------------

PUNTO DE ENCUENTRO DE SALIDA: 9:00AM
--------------------------------------

LLEGADA AL MUSEO DE LOS NIÑOS: 10:30AM
--

MAQUILLAJE Y ESTILISMO: 11:00AM
---------------------------------

ENSAYO: 11:20AM
-----------------

RODAJE: 11:30AM
-----------------

ALMUERZO: 12:30PM
-------------------

Hora	Esc	P	Ind. Técnicas	Imagen	En cuadro
9:00am			Reunión en punto de encuentro de salida con el equipo		
10:00am			Salida al museo de los niños		
10:30am			Llegada al museo de los niños y descarga de equipos de grabación		
11:00			Maquillaje y estilismo		
11:30	1	1	Plano abierto	Niños reunidos aburridos	Samuel, Jon, Nicole y Martina
	1	2	Plano detalle	Nicole demostrando aburrimiento junto con Martina	Nicole y Martina
	1	3	Plano detalle	A Samuel se le ocurre una idea	Samuel
	1	4	Plano medio	Los niños le preguntan a Samuel cuál es su idea	Nicole, Martina y Jon
	1	5	Plano abierto	Samuel saca un colador de pasta metálico que está debajo del banco y se lo pone en la cabeza. Todos los niños lo ven	Samuel, Jon, Nicole y Martina
	1	6	Plano detalle	Samuel dice "Vamos al espacio" y todos los niños gritan "¡Sí!"	Samuel
12:30pm			Hora de almuerzo		
1:00pm	2	1	Plano general	Los niños llegan a un túnel de colores donde se encuentran con Federica. Samuel los	Samuel, Martina, Jon, Nicole y Federica.

				detiene antes de entrar, pero Federica les hace señas de que la sigan. Samuel señala a Federica	
	2	2	Plano general	Todos entran al túnel y siguen a Federica	Samuel, Martina, Jon, Nicole y Federica.
	2	3	Plano medio 2 cortes de cámara de esta escena	Todos los niños asombrados dentro del túnel	Samuel, Martina, Jon y Nicole
	2	4	Plano general	Nicole posa su Nuevo look vestida de Kid Cool	Nicole
	2	4	Plano general	Jon posa su Nuevo look vestido de Kid Cool	Jon
	2	5	Plano medio	Martina posa su Nuevo look vestida de Kid Cool	Martina
	2	6	Plano Medio	Samuel posa su Nuevo look vestido de Kid Cool	Samuel
2:00pm	3	1	Plano General/ Speed Motion	Todos los niños menos Jon suben por unas escaleras de caracol siguiendo a Federica	Samuel, Martina, Federica y Nicole.
	3	2	Plano General medio	Todos los niños se asoman por la escalera esperando que Jon suba	Samuel, Martina, Federica y Nicole.
2:20	4	1	Plano detalle	Samuel explorando entre barras metálicas	Samuel

	5	1	Plano general	Jon y Martina deciden entrar a la cápsula espacial y se dicen "Sí" con la cabeza	Jon y Martina
	5	2	Plano general	Jon y Martina van corriendo a la cápsula	Jon y Martina
	5	3	Planos detalles	Ropa de Jon y Martina jugando en la capsula espacial	Jon y Martina
3:00pm	6	1	Primerísimo primer plano	Federica jugando con la palanca del cohete	Federica
	6	2	Plano detalle	Camisa de Federica	Federica
	7	1	Plano Medio	Nicole se asoma detrás de la puerta del cohete	Nicole
	7	2	Plano Medio/ dos cortes de cámara	Nicole empujando la puerta para abrirla	Nicole
	7	3	Plano Medio	A Nicole se le ocurre una idea y voltea para explorar el cohete en su interior	Nicole
	7	4	Plano detalle	Nicole encendiendo los botones del cohete	Nicole
	7	5	Plano detalle	Samuel encendiendo otros botones del cohete	Samuel
				Samuel de espalda se	Samuel

	7	6	Plano medio	coloca un casco de astronauta en la cabeza	
	7	7	Plano detalle	Dedo de Federica presionando botón rojo para el despegue	Federica
	8	1	Plano medio	Samuel saltando en la luna	
	8	2	Plano general	Samuel con la bandera clavada en la luna hace señal de "bien"	
4:00pm			Fin de grabación		

## **Información**

**Dirección de Post-Producción:** Claudia Aguirrezabal – Bettina Arriaga – María Milagros León – Michelle Krivoy – Grace Suarez

**Edición:** María Milagros León

El proceso se llevó a cabo con el programa de edición FINAL CUT PRO, para el pietaje lo primordial a tomar en cuenta fue que las escenas cumplieran con las exigencias requeridas por el departamento de post-producción. Que cumplieran los requerimientos de actuación de parte de los niños, buena luz y buenos encuadres.

El plan de rodaje, la lista de tomas y el guión fueron de gran ayuda para aventajarnos con el proceso de edición y pietaje. Se analizaron las tomas y se seleccionan las mejores. La edición del material por escenas fue menos complicado, ya que se grabaron en tiempo cronológico igual que como iba a ser editado.

## INFORME DE EDICIÓN

El proceso de edición del material tomó dos días consecutivos. Se tuvo una primera reunión de post-producción antes de comenzar a editar, donde el equipo revisó con la editora María Milagros León todo el material recopilado. Se analizó archivo por archivo y se seleccionaron las tomas que aprobó todo el equipo.

Se llevó a cabo una segunda reunión, donde la editora presentó una muestra del proyecto, sin *colorizar*. El equipo pidió algunos cambios que fueron realizados por la editora. Por último se revisó el material editado. Al ser aprobado finalmente se *colorizó* y se exportó el proyecto.



**Director(es):**

Claudia Aguirrezabal, Bettina Arriaga, Michelle Krivoy y Grace Suarez

**Cámara e Iluminación**

María Milagros León y Luis Urbina

**Dirección de Arte:**

Bettina Arriaga y Claudia Aguirrezabal

**Producción y producción ejecutiva:**

Grace Suarez y Michelle Krivoy

**Edición:**

María Milagros León

**Talentos:**

Federica Martínez

Jon Morrison

Martina Morrison

Nicole Baum

Samuel Baum

**Maquillaje y peinado:**

Bettina Arriaga

**Vestuario:**

Kid Cool

**Música:**

Cover de Ryan Kirk: The Technicolor Phase – Owl City (instrumental)

## PRESUPUESTOS DE PRODUCCIÓN

### SESIÓN FOTOGRÁFICA

#### Preproducción

<b>Objeto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Pelotas de anime pequeñas	8	4.321	Sí
Conos de anime	2	1.500	Sí
Pelotas de anime grandes	8	8.571	Sí
Pintura oro color	4	22.000	Sí
Confeti de estrellas	1	27.000	Sí
Pintura gris para fondo del estudio	1	90.000	Sí
		<b>Total:</b>	153.392Bsf

#### Producción

<b>Servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Maquillador	2 niñas	160.000Bsf	No
Peinado	5 niñas	60.000Bsf	Sí
Catering		500.000Bsf	No

#### Equipos de producción

<b>Objeto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Cámara Canon 7D	1	800.000	No
Lente 24-105mm	1	100.000	No
Luz Ellinchrome	1	200.000	No
Flash externo	1	50.000	No

#### Postproducción

<b>Servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Edición de fotografía	3 días de edición	200.000	No
CD de entrega para Kid Cool	2	20.000	Sí

**Costo estimado total de producción: 2.243.392Bsf**

**Costo final de producción: 233.392Bsf**

## **FASHION FILM**

### **Preproducción**

<b>Objeto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Entradas museo de los niños	12	1.300.000	Sí
Transporte	3	900.000	Sí
Catering	4	120.000	Sí

### **Producción**

<b>Objeto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Luces	4	5.000.000	Sí
Cámara, trípodes, dollys, etc	5	1.000.000	Sí
Transporte de luces	1	1.500.000	Sí
Maquillaje y peinado	3	80.000	No

### **Postproducción**

<b>Objeto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Bsf</b>	<b>Aplica</b>
Edición del video	1	10.800.000	No

**Total estimado de producción: 20.700.000Bsf**

**Total producción: 9.820.000Bsf**

## GLOSARIO

- **Blogger:** Autor de un blog o bitácora, es decir una página web a modo de diario en la que se publican artículos periódicamente.
- **Bohochic:** Estilo que adopta una persona capaz de combinar prendas de diferentes estilos.
- **Brief:** Carta o informe empleado en sectores como publicitarios y diseños.
- **Colorizar:** Demostración o exposición de un color.
- **Cover:** Interpretación de una canción grabada previamente por otro artista.
- **Dolly:** Herramienta especializada del equipo de rodaje cinematográfico, diseñada para realizar movimientos fluidos.
- **Fade Out:** Técnica cinematográfica que causa que la imagen se oscurezca y desaparezca.
- **Fashion Film:** Producciones de cortos audiovisuales entre 1 y 5 minutos, donde las marcas de ropa lanzan un producto que predomine la belleza y la estética del mensaje.
- **Fashion:** Moda, estilo aceptado o popular en un campo determinado.
- **FeedBack:** Capacidad de un emisor para recoger reacciones de los receptores y modificar su mensaje de acuerdo a lo recogido.
- **Photoshoots:** Sesión fotográfica.
- **Scouting:** Explorar las mejores locaciones de acuerdo a las necesidades del guión.
- **Set:** Locación donde se lleva a cabo la producción y locación de escenas y planos.
- **Softbox:** Herramienta utilizada en fotografía para la iluminación del sujeto.
- **Stunt:** Dobles de riesgo en una producción fotográfica.
- **Speed Motion:** Acción que parece haber ocurrido en una velocidad más rápida a la que se filmó.
- **Target:** Objetivo, persona o cosa a la que se dirige una acción.

## CONCLUSIONES

El trabajo que lleva la producción de una sesión fotográfica de moda infantil requiere de mucha organización y anticipación, ya que hay muchas personas involucradas a las que se debe convocar. Desde el inicio del proyecto se buscaron todos los elementos necesarios para así estar listas el día de la pauta. Nos encontramos con obstáculos por parte de la marca, los cuales gracias al equipo fueron sobrellevados y superados con éxito para continuar con la armonía de la sesión fotográfica. Trabajar con 11 niños de edades comprendidas entre 2 a 11 años fue un gran reto. Esto puso a prueba nuestra capacidad de organización, manejo de público, y paciencia.

El *Fashion Film* es un nuevo género publicitario para promover y dar a conocer una marca o colección. Estos buscan generar sentimientos y emociones en los espectadores de una manera más estética y creativa. Para el equipo esto fue una nueva experiencia, ya que ninguna había realizado anteriormente un *Fashion Film*. La producción de dicho video requirió de la misma organización y anticipación que se tuvo para la sesión fotográfica de la campaña.

Ambos proyectos fueron realizados con un presupuesto bajo, sin embargo buscamos obtener un material fotográfico y audiovisual con un concepto fuerte y capaz de vitalizar la esencia de la "Ciudad Órbita" en cada una de sus piezas, demostrando así que no es necesario una gran producción con un alto costo para obtener un material de calidad.

El resultado obtenido en ambas producciones fue satisfactorio, logramos ir de la mano con los lineamientos y personalidad de la marca KID COOL. Por tanto el objetivo general fue cumplido por el equipo y felizmente recibido por la marca.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **CASTING SESIÓN FOTOGRAFICA Y FASHION FILM**

Nombre: Gonzalo Chapellin

Edad: 2 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Sofía Llovera

Teléfono de contacto: 0416-6298303

Email de contacto: sofi\_llovera@yahoo.com

Convocatoria: Sesión fotográfica

Talla del niño/a: 2-4

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: castaño claro

Comportamiento: poco manejable



Nombre: Emiliana Urdaneta

Edad: 2 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Clementina Elleberg

Teléfono de contacto: 0424-2555619

Email de contacto: clementinaea@gmail.com

Convocatoria: Sesión fotográfica

Talla del niño/a: 2-4

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: rubio

Comportamiento: manejable



Nombre: Mateo Dadiotis

Edad: 4 años

Modo de contacto: Kid Cool persona a persona

Representante: Johanna Chacón

Teléfono de contacto: 0414-1060522

Email de contacto: jchacon@gmail.com

Convocatoria: Sesión fotográfica

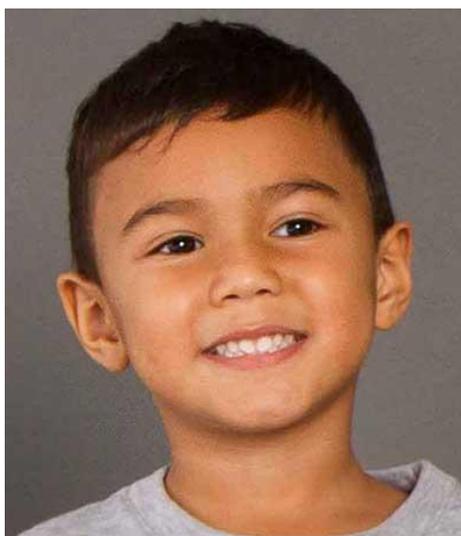
Talla del niño/a: 4-6

Color de piel: morena

Color de ojos: marrones

Color de pelo: castaño oscuro con rizos

Comportamiento: muy bueno



Nombre: Elías Valera

Edad: 4 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Victoria Carmona

Teléfono de contacto: 0424-5665510

Email de contacto: v.carmona.prieto@gmail.com

Convocatoria: Sesión fotográfica

Talla del niño/a:

Color de piel: blanca

Color de ojos: marrones

Color de pelo: castaño oscuro ondulado

Comportamiento: regular



Nombre: María Alesia Fasano

Edad: 4

Modo de contacto: Kid Cool persona a persona

Representante: María Silvia Canelón

Teléfono de contacto: 0414-3112420

Email de contacto: mscanelon@hotmail.com

Convocatoria: Sesión fotográfica

Talla del niño/a: 4-6

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: castaño claro

Comportamiento: poco manejable



Nombre: Federica Martínez

Edad: 7 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Isabella Rodríguez

Teléfono de contacto: 0414-3151000

Email de contacto: [bebellart@gmail.com](mailto:bebellart@gmail.com)

Convocatoria: Sesión fotográfica y *Fashion Film*

Talla del niño/a: 6-8

Color de piel: morena

Color de ojos: marrones

Color de pelo: castaño oscuro

Comportamiento: bueno



Nombre: Mauricio Dadiotis

Edad: 7 años

Modo de contacto: Kid Cool persona a persona

Representante: Johanna Chacón

Teléfono de contacto: 0414-1060522

Email de contacto: [jchacon@gmail.com](mailto:jchacon@gmail.com)

Convocatoria: Sesión fotográfica y *Fashion Film* (no asistió al *Fashion Film*)

Talla del niño/a: 6-8

Color de piel: morena

Color de ojos: marrones

Color de pelo: castaño oscuro con rizos

Comportamiento: muy bueno



Nombre: Mauro Fasano

Edad: 7 años

Modo de contacto: Kid Cool persona a persona

Representante: María Silvia Canelón

Teléfono de contacto: 0414-3112420

Email de contacto: mscanelon@hotmail.com

Convocatoria: Sesión fotográfica y *Fashion Film* (no asistió al *Fashion Film*)

Talla del niño/a: 6-8

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: castaño claro

Comportamiento: muy bueno



Nombre: Martina Morrison

Edad: 9 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Carla Candia

Teléfono de contacto: 0414-2320003

Email de contacto: carla.candia.morrison@gmail.com

Convocatoria: *Fashion Film*

Talla del niño/a: 9-12

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: castaño claro

Comportamiento: muy bueno



Nombre: Jon Morrison

Edad: 9 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Carla Candia

Teléfono de contacto: 0414-2320003

Email de contacto: carla.candia.morrison@gmail.com

Convocatoria: *Fashion Film*

Talla del niño/a: 9-12

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: castaño claro

Comportamiento: muy bueno



Nombre: Nicole Baum

Edad: 10 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Carolina Krajeski

Teléfono de contacto: 0414-3166608

Email de contacto: carolkra@yahoo.com

Convocatoria: Sesión fotográfica y *Fashion Film*

Talla del niño/a: 10-12

Color de piel: blanca

Color de ojos: azul

Color de pelo: castaño oscuro

Comportamiento: bueno



Nombre: María Camila Covuccia

Edad: 12 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Laura Emperador

Teléfono de contacto: 0414-3254529

Email de contacto: [lauraemperador@gmail.com](mailto:lauraemperador@gmail.com)

Convocatoria: Sesión fotográfica

Talla del niño/a: 10-12

Color de piel: blanca

Color de ojos: miel

Color de pelo: castaño claro

Comportamiento: bueno



Nombre: Samuel Baum

Edad: 12 años

Modo de contacto: persona a persona

Representante: Carolina Krajeski

Teléfono de contacto: 0414-3166608

Email de contacto: carolkra@yahoo.com

Convocatoria: Sesión fotográfica y *Fashion Film*

Talla del niño/a: 12-14

Color de piel: blanca

Color de ojos: azul

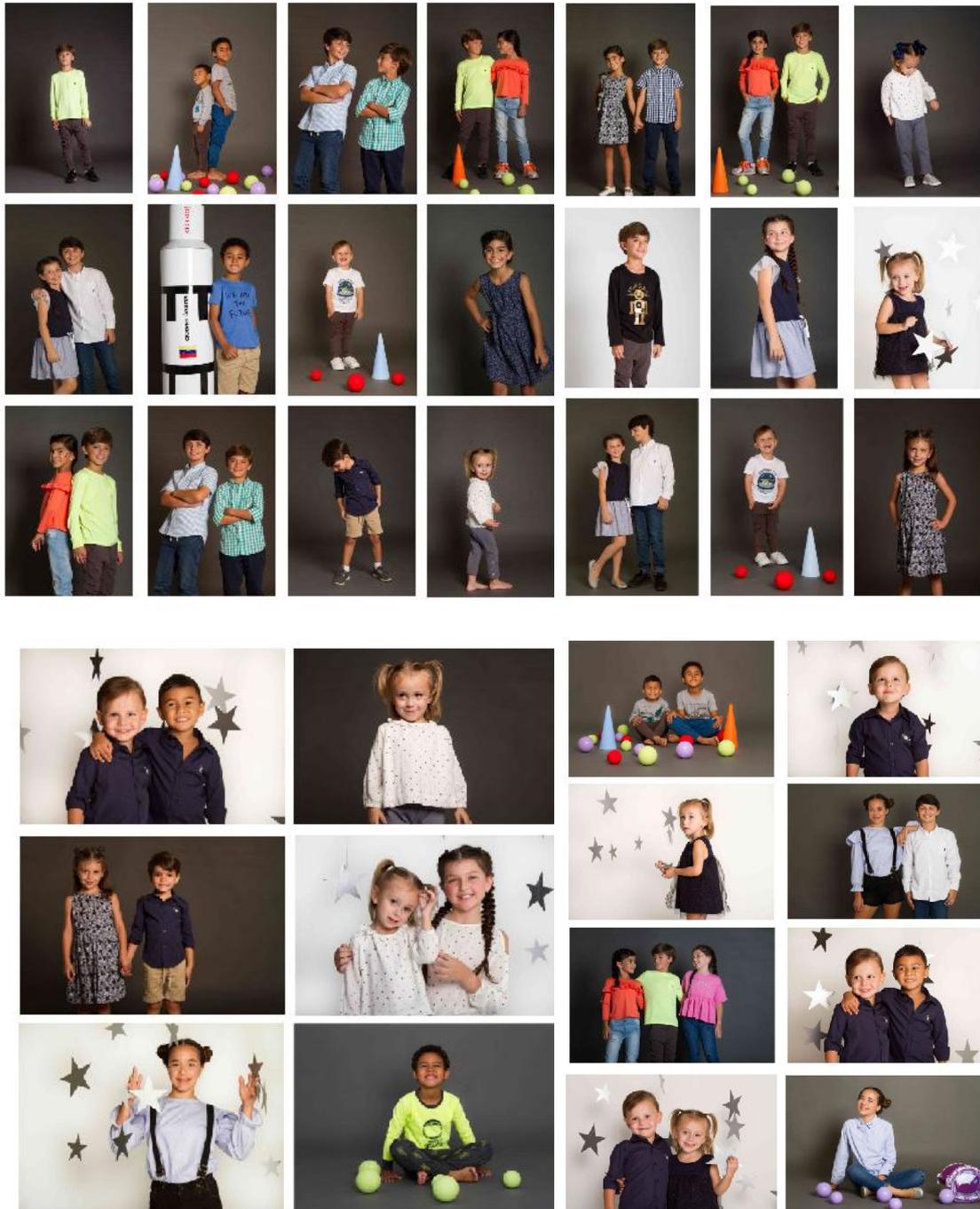
Color de pelo: castaño oscuro

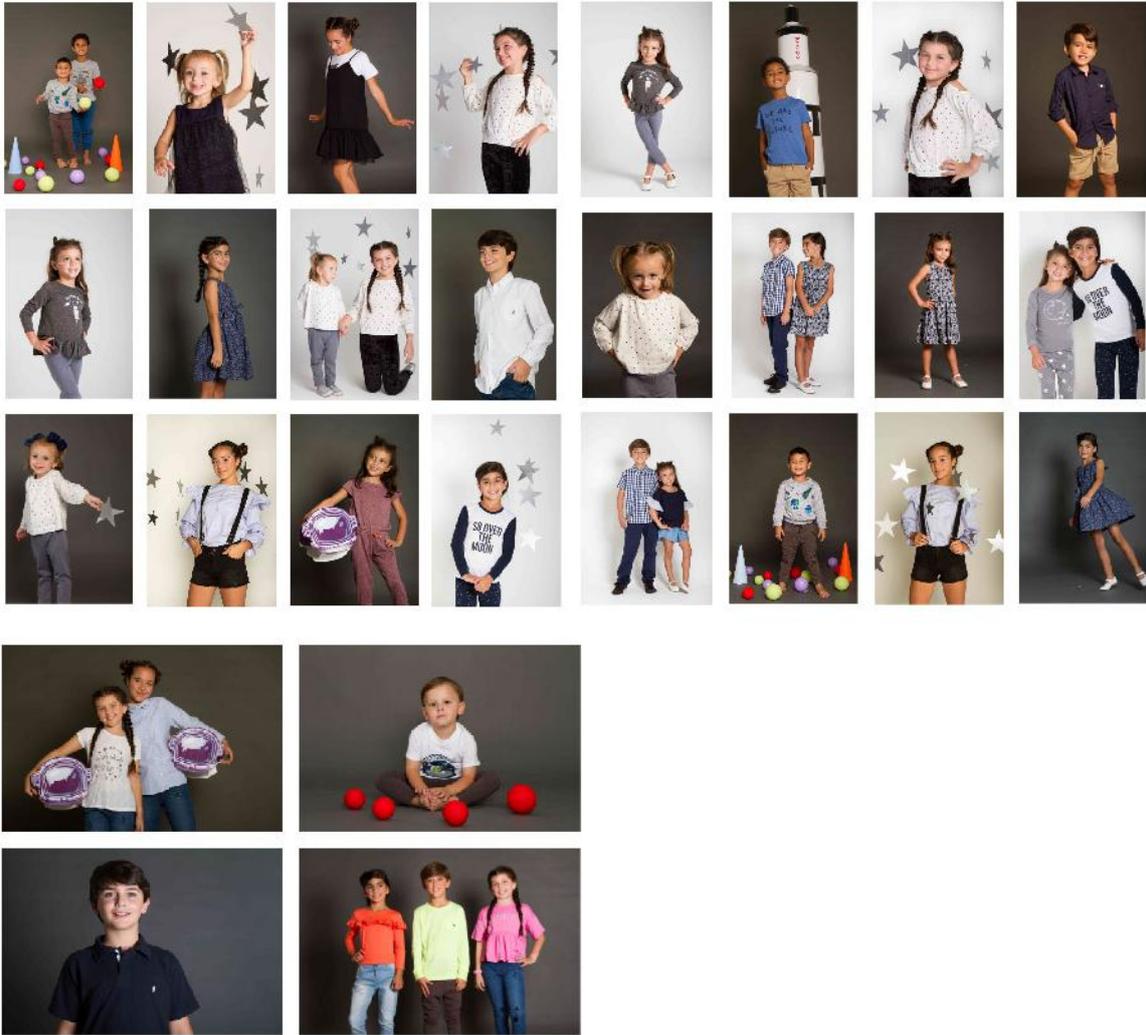
Comportamiento: bueno



## Anexo 2

### SELECCIÓN DE PIEZAS





## Lista de Referencias

- Aguilar, A (2013). *Estilismo y moda infantil*. Recuperado de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/781/Moda%20y%20estilismo%20infantil.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camacho, J (2013). *Fotografía de moda*. Recuperado de <https://josecamachofotografia.com/category/fotografia-de-moda/>
- Del Pino, P (2017). *Cuando el cine y la moda se encontraron: 5 fashion films que tienes que ver*. Recuperado de <https://meowmag.mx/entrada/cuando-el-cine-y-la-moda-se-encontraron-5-fashion-films-que-tienes-que-ver>
- Field, S. (1995) *El manual del Guionista*. Madrid: Plot Ediciones.
- Martín, A (2016). *El Desarrollo Histórico del sistema de la moda: Una revisión teórica*. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/308718/398721>
- Martínez, E y Vázquez, A. (2006) *Marketing de la moda*. Madrid: ESIC.
- Méndez, S (2013). *Cuando la moda es cine*. Recuperado de <http://www.lacriticnyc.com/cuando-la-moda-es-cine/>
- Torres, M (2014). *La evolución de la ropa infantil*. Recuperado de <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/988266.la-evolucion-de-la-ropa-infantil.html>
- Visca, F (2010). *Idear, planificar y ejecutar una producción*. Recuperado de [http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010\\_1/apuntes/065.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010_1/apuntes/065.pdf)